

A D E N D A

Recibido: 10-05-07 / Aceptado: 06-10-07
DOI:10.3916/c31-2008-03-016

● M^a Rocío Cruz y Juan Carlos del Valle
Huelva / Sevilla

Perfiles de la programación infantil y juvenil en Andalucía: «La Banda» de RTVA

Social and educational features in children's TV programming: «La Banda» at the Radio and Television of Andalucía

Participar de la sociedad del conocimiento implica interiorizar la importancia de los medios de comunicación y los rasgos que les proporciona la estructura social. No dudamos de la hegemonía de medios como la Radio y la Televisión y sus efectos «casi críticos» en la población de menor edad. La oportunidad que nos ofrece el Foro se traduce en adoptar un enfoque integrador de perspectivas y modelos sociológicos, educativos y técnicos de la televisión real. El marco social nos posiciona ante la realidad, «por» donde y «hacia» donde camina nuestra sociedad y «como» asume la incorporación de la TV al estilo de vida de niños y jóvenes. La educación, por su parte, nos permite acceder a los modelos, estructuras e iniciativas puestas en marcha en los ámbitos formales y no formales ante y para los medios, y la dinámica empresarial de una cadena de radio y televisión real nos expone la implementación práctica de espacios infantiles en TV, con los condicionantes de ser y parecer correctos en el enfoque hacia la infancia, y la responsabilidad de tener acceso a la audiencia más joven y, por tanto, más vulnerable. Deseamos que este «cóctel» de perspectivas, adecuadamente «mezcladas» dé fruto a una seria «receta» especialmente refrescante, con nuevas ideas sobre la televisión real y los niños.

Being part of the Society of Knowledge implies to accept the importance of the mass media in the construction of the social structure. There is no doubt about the hegemony of the radio and television in the society and their effects on young population. The Forum offers the opportunity to integrate different perspectives and socio-educational and technical models to analyze real TV. From a sociological point of view, we can approach the directions that our society has taken and the impact of television contents on the children's style of life. The educational model allows us to access to patterns, initiatives and structures that have been developed to confront the mass media, while the business dynamic forces the media to be concerned about the weakness of the young audience in their access to audiovisual media content. We hope this cocktail of perspectives might be useful to develop new and refreshing ideas concerning children's TV programming.

Programación infantil, educación, televisión, audiencia infantil.
Programs for children, education, television, young audience.

❖ M^a del Rocío Cruz Díaz es profesora del Departamento de Educación de la Universidad de Huelva (rocio@uhu.es). Juan Carlos del Valle Suárez es Jefe Departamento de Planificación de la Radio y Televisión de Andalucía (jcvall@rtva.es).

1. Marco de referencia

Unívocamente sostenemos que para los miembros de la sociedad actual, y en particular para nuestros niños y jóvenes, es imposible aprehender toda la información que tienen a su alcance así como discriminar, de la forma más adecuada y adaptada a los intereses de los más jóvenes, entre las múltiples vías que les proporcionan esa información. Como investigadores, técnicos de la comunicación audiovisual y educadores, con-

sideramos que no queda otra alternativa más que madurar la transformación de las prácticas –sociales e institucionales– y adoptar nuevas líneas de pensamiento y acciones que bien puedan fomentar un espíritu creativo en los niños.

En las últimas décadas, tanto en el ámbito local como internacional, muchas de las instituciones, organismos y empresas implicadas en el desarrollo de la televisión educativa, y en concreto, las especializadas en la programación infantil y juvenil, han denunciado la necesidad de experimentar con nuevos formatos y fórmulas estéticas innovadoras, como es el caso del programa al que dedicamos nuestra atención en este documento.

La Radiotelevisión de Andalucía (RTVA) como empresa de comunicación de titularidad pública atiende en sus cadenas una extensa oferta de entretenimiento y divulgación orientada al público infantil. Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía emiten diariamente, para los más jóvenes de nuestros hogares, el programa «La Banda». Consideramos que programas como el mencionado consiguen integrar las características sociales y culturales de los niños y las niñas andaluzas con los planes educativos y de formación que rigen en la comunidad autónoma. Es decir, la programación está dotada de contenidos atractivos para los más pequeños sin obviar la necesidad de ayudar a la educación, y trasladando a estos colectivos los valores propios de una sociedad democrática, la convivencia, la solidaridad, el respeto al medio ambiente, el amor a la cultura y a la diversidad del territorio andaluz.

2. Tendencias y planteamientos sociológicos

Los medios de comunicación audiovisuales reciben hoy día, con pleno derecho, la consideración de institución que produce y reproduce una realidad pública, es decir, plasman la realidad del contexto social de forma que los especialistas en la materia pueden transformar cualquier hecho acontecido en un mensaje-noticia que alimente el circuito de la información. Afirmar que los medios son un poderoso instrumento de socialización con capacidad de fomentar y facilitar el pensamiento de las personas en sociedad, como nos ha transmitido la sociología, no tiene otro fin que permitir la representación del espacio donde cada individuo, sean adultos o niños, pone en juego las posibilidades de construirse a sí mismo y a los otros, ideas éstas que nos recodarán a los principios definidos en la teoría de la acción comunicativa defendida por Habermas.

Para los sociólogos, entre otros analistas, el siglo XX se ha caracterizado por el desarrollo de la «cultura de masas» donde inicialmente, la prensa, la radio y algo más tarde, la televisión, se convirtieron en generadores de ideas, debates, cohesión social, etc., contribuyendo a la formación de individuos más cultos, mejor informados y «por ende» más libres. Este modelo social mantiene vivas las dimensiones liberadoras de la modernidad, esas que permitieron cuestionar, sobre todo, los aspectos puramente técnicos y económicos. De esta forma, la razón comunicativa apareció como centro de la reflexión social.

La Comunicación configura un nuevo modelo de sociedad que, desde Europa, se ha venido a llamar «sociedad de la información», modelo social donde la información se concibe como una materia prima valiosa, y la comunicación como un modelo organizacional que define las redes de conexión entre los espacios y las funciones de lo social, esto es, siguiendo a autores como Baudrillard o Lyotard, la conversión o traducción de los saberes al código de la información. Para pensadores más arriesgados como Richeri (1989), la modernidad configura la transnacionalización cultural en la que se hace visible la identidad cultural de los distintos pueblos. La sociología habla de la compenetración y la complicidad entre la oralidad, como experiencia cultural de la mayoría de la gente, y la visualidad electrónica. Dicha complicidad da forma a una nueva oralidad gramaticalizada desde la radio, el cine, la televisión y el vídeo, que viene a romper con lo que constituyó el eje de la modernidad ilustrada, es decir, la cultura del libro (Anceschi y otros, 1990).

No se nos escapa que todas estas teorizaciones y modelos estructurales del pensamiento social afectan por igual a los diferentes colectivos sin discriminar entre edades o estilos sociales. Este proceso de adquisición de conocimiento cultural y de construcción social de la propia identidad desempeña un papel decisivo en el desarrollo de las capacidades comunicativas y las actitudes críticas de los niños y jóvenes, de ahí la importancia no sólo de conocer los medios utilizados por los más jóvenes para indagar sobre la realidad social, sino de identificar (Lomas, 1997) las vías a través de las cuales la sociedad les transmite informaciones sobre sí misma durante la infancia y la adolescencia.

3. La estrategia educativa ante el binomio educación-televisión

La educación y la televisión adolecen en sus relaciones de un vector que estructure el binomio educación-televisión hacia intereses afines. Los nuevos modelos instruccionales no cumplirán sus funciones educativas si olvidan

la incidencia que la televisión tiene sobre las nuevas generaciones. Por otro lado, la televisión educa, de manera intencional o no, en cuanto transmite conocimientos, principios y valores del marco social en el que se inscribe. Nos referimos a una educación centrada principalmente en la adquisición de formas de pensar y en la adopción de aplicaciones técnicas, así como al cultivo de un enfoque crítico y selectivo para la información. Bajo nuestro criterio se prevé:

- Un nuevo concepto de escuela como espacio o tiempo donde se lleva a cabo el proceso educativo. Junto a la escuela «institucional» están los medios de comunicación.
- La desaparición de una formación orientada hacia especialización profesional. A los niños y jóvenes de hoy se les reconocerán habilidades y actitudes polifacéticas y adaptables a múltiples circunstancias.
- La figura del docente que conocemos se desdibuja, ya no aparece como transmisor de conocimientos sino como orientador, motivador y consejero de la actividad discente.

El análisis del sistema educativo desde la perspectiva tecnocrático-reformista se interesó por reformar, modernizar, readaptar... Tal modernización no podría llevarse a cabo con el concurso exclusivo de la escuela, hasta el momento, institución educativa por excelencia. Será necesaria la extensión de la escolaridad. En su análisis más radical identificamos las corrientes que pretendían su abolición, es decir, desinstitucionalizar lo educativo. A estas argumentaciones siguieron otras –desescolarizantes, antiautoritarias, personalistas, dialógicas– en defensa de la acción educativa y de la actividad educativa fuera del contexto formal.

La comunicación, para llegar a ser considerada de carácter pedagógico, ha de alimentarse de las más variadas formas de interrelación entre los distintos colectivos que se aproximan a su estudio, tanto profesionales de la educación y técnicos de la comunicación audiovisual, como estudiantes o usuarios de los medios. Pero limitando la responsabilidad de su estudio a las personas que se enriquecen de ella, es también necesario hacer valoraciones sobre los espacios y los tiempos que dedicamos a la comunicación. El quehacer educativo como proceso comunicativo, es una tarea compartida que nace de una realidad social cada vez más exigente. La intencionalidad educativa no puede reducirse a enseñar a los niños y jóvenes, un conjunto de conocimientos, normas y procedimientos.

Numerosos documentos generados por organismos de reconocido prestigio en el entorno audiovisual, tales como el «Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual» (Consejo Audiovisual de Cataluña), adoptan como línea de trabajo conjugar los intereses e inquietudes de las personas, colectivos e instituciones que participan en los medios y en especial a los profesionales y técnicos de la comunicación. En el mismo documento se afirma que el entorno audiovisual no es un hecho natural sino el producto de unas prácticas, instituciones y rutinas humanas y sociales y, por tanto transformables, potencialmente reguladoras de intereses industriales y empresariales junto a beneficios eficaces de toda institución educativa crítica hacia los medios y/o que pretenda la generación de modelos de referencia para niños y jóvenes.

El interrogante que formulase el profesor García Matilla «¿Se puede hacer una televisión que aproveche su enorme difusión social y al tiempo favorezca la educación, el desarrollo cultural y la democracia?», ofrece sugerentes líneas de análisis. Los niños y jóvenes constituyen el eje de nuestras sociedades. Son el público idóneo para aprender nuevas formas de convivencia y solidaridad que puedan poner en marcha la transformación social. Los medios de comunicación deberían participar con cierto grado de responsabilidad, favoreciendo la educación en valores y promoviendo un pensamiento crítico. Las televisiones públicas han de estar a la cabeza en una programación de calidad destinada a los más jóvenes. Otra de las sugerencias del profesor se inclina por la generación de fórmulas de colaboración entre los responsables de la educación y los directores y productores de televisión, para aprovechar mejor este medio en sus dimensiones social, cultural y educativa. En el panorama audiovisual hay buenos ejemplos de programas útiles para el desarrollo educativo y cultural. Pero demasiadas veces, «lo educativo» ha servido para cubrir horas de programación de baja audiencia. La programación educativa debería programarse con un sentido de coherencia entre los objetivos señalados y la realización de la misma. Quizá sea interesante afianzar la práctica de consultar a los jóvenes y mayores sobre los asuntos que permitirían conocer mejor sus hábitos, sus tendencias de consumo o su papel en la sociedad, para mejorar la producción de la programación infantil.

4. «La Banda»: Más allá de la programación infantil

Al tratar de encontrar implementaciones reales de programaciones dirigidas al público infantil hemos investigado en una televisión real, en este caso de carácter público, interesándonos por las orientaciones que, desde el ente público Radio Televisión de Andalucía (RTVA) ha servido para llevar a cabo su oferta hacia los más jóvenes. El resultado nos ha parecido alentador, tanto en cuanto a la filosofía de la que parte el programa como en cuanto a

que el concepto trasciende a la mera programación infantil como sucesión de formatos encadenados sin un «contenedor» que dé coherencia al conjunto y que sirva al público infantil, y a los padres, para identificar con claridad dónde empieza y dónde termina «su programa», dando pautas a éstos últimos sobre cómo erradicar la forma de ver la televisión que podríamos denominar «inercial» y mediante la cual el público infantil accede a contenidos no aptos, algunas veces de verdadera televisión basura, ante la pasividad de algunos mayores.

«La Banda» tiene «como principal objetivo la contribución pública al desarrollo de la población infantil andaluza a través de la comunicación de valores ético-sociales positivos». (Informe-presentación de «La Banda», Dirección Comercial RTVA, Julio 2007).

El éxito del programa es evidente a la vista de las cifras de audiencia que publica la dirección comercial de RTVA: Más de 130.000 espectadores de media, un 57% de los niños menores de 12 años que están viendo la TV por las mañanas y más de 245.000 espectadores de media, un 42% de los niños menores de 12 años que están viendo la TV por las tardes. (Informe presentación club La Banda, dirección comercial RTVA, Junio 2007).

Ir más allá de una programación infantil es lo que nos sugiere el que esta TV pública (al igual que alguna otra) haya creado un selecto club infantil donde todos tienen cabida, independientemente de los condicionantes que, por el contrario, encontramos en el mundo adulto.

En efecto, el club de «La Banda» «nació con el objetivo de crear una comunidad de gran identidad social en Andalucía y con un fuerte vínculo social sostenible a largo plazo» (Informe-presentación de La Banda, dirección comercial RTVA, 2007) y se ha convertido en el referente asociativo de los niños y niñas de Andalucía, brindando a los mismos la experiencia y el sentimiento de saberse unidos con el resto de los socios, de comunicarse con ellos y entre ellos a través del portal web de «La Banda», donde les facilitan una dirección de correo electrónico segura y pueden estar al tanto de todo lo que sucede en el programa. Asimismo, las posibilidades de interacción que les ofrece Internet (con nivel de accesibilidad AA) son el marco perfecto para despertar en ellos sus capacidades creativas, aportando al programa ideas y contenidos que después son aprovechados en el constante diseño y rediseño del programa.

Por otro lado, cabe destacar que el club de «La Banda», con más de 500.000 socios, es la mayor asociación existente en Andalucía, y que de su dinamismo dan cuenta tanto las altas mensuales (más de 5.000) como el número de visitas a la página web (más de 80.000), con una tasa de penetración de más del 39% sobre la población infantil.

5. La televisión real: una experiencia de programación infantil

Tras las consideraciones anteriores, nos hemos acercado a la televisión real a fin de contrastar la filosofía derivada del marco teórico con la práctica «real» de la televisión, teniendo en cuenta los condicionantes que la televisión tiene para diseñar, producir, realizar y emitir un programa diario que, quierase o no, debe demostrar día a día que recibe del público objetivo la atención esperada o, como suele decirse, debe «hacer una televisión pública con público».

El acercamiento se ha realizado a través de una entrevista con el director del programa «La Banda», Gabriel del Río, interesándonos por los siguientes aspectos:

- «La Banda»: orígenes del programa, su definición de objetivos, evolución hasta el formato actual, horarios y canales de programación, así como la estructura, guiones, presentadores y espacios que contiene.
- Rasgos socio-educativos que el programa intenta trasladar a la infancia, con especial interés sobre la revisión de líneas de atención educativa en relación (transversalidad), investigando sobre valores tales como respeto al medio ambiente, educación para la paz, hábitos de consumo, etc., así como sobre la integración social, con medidas que fomenten la interculturalidad, la diversidad en lenguas, la integración de las discapacidades, el marco europeo, etc.; medidas orientadas hacia un desarrollo personal socialmente integrado.
- Repercusión del programa y del club infantil asociado al mismo, «Club de La Banda», en el sentimiento de pertenencia de la población infantil a la comunidad autónoma de Andalucía, e indagando sobre el fomento del sentido asociacionista y la importancia sociológica de dicho club en cuanto a su penetración en la población infantil y su amplitud en términos absolutos.
- Problemática en la producción y realización de «La Banda» teniendo en cuenta la participación infantil en el mismo, la continuidad del programa durante todos los días y la lógica limitación de recursos con que se cuenta en la vida real.
- Resultados de audiencia e importancia que este indicador tiene en la orientación del programa.

Entrevista a Ángel Gabriel del Río Márquez, Director del programa «La Banda» de Canal Sur Televisión (RTVA), realizada en agosto de 2007.

¿Cómo surge el programa y que objetivos se propone?

«La Banda», tal y como ahora la conocemos, nace en la primavera de 2001, como consecuencia de la transformación del antiguo programa «La Banda del Sur» que basaba sus contenidos en espacios dramáticos interpretados por actores.

¿Porqué un programa destinado a los más pequeños?

La RTVA, como empresa de comunicación de titularidad pública y elemento vertebrador de Andalucía, debe tener en sus cadenas de televisión una firme y decidida oferta orientada al público infantil. El carácter sensible de este segmento de la población obliga, aún más, a que la programación infantil de la RTVA esté basada en una perfecta complementariedad entre la clara vocación de servicio público, el entretenimiento y la divulgación de los valores propios de la sociedad democrática en que vivimos. Ha de plantearse un programa en el que el entretenimiento y el espectáculo televisivo sean las bases sobre las que se articula todo el entramado didáctico y pedagógico que debe estar inmerso tanto en la producción propia como ajena.

La obligación que, como televisión de titularidad pública tienen Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía, obliga a estructurar los programas infantiles sin perder de vista la necesidad de ayudar a la educación y formación de los más jóvenes, fomentando los valores propios de las sociedades democráticas, el interés por la cultura, el respeto al medio ambiente, el conocimiento de Andalucía y el valor de la convivencia y la solidaridad. Pero, para que todo esto sea posible, es preciso dotarnos de programas que sean atractivos para ellos. Han de ser vistos y entendidos como sus referentes televisivos más claros.

En este sentido, los programas infantiles deben tener en cuenta las características sociales, educativas y culturales de los niños y niñas andaluces, los planes educativos que rigen en nuestra comunidad, la amplitud y diversidad del territorio andaluz y las distintas tradiciones, hablas y costumbres que rigen en los diferentes puntos de Andalucía. Todo ello, con las miras puestas en unos niños y niñas inmersos en una sociedad cambiante, cada vez más exigente, que mira a un futuro en el que Andalucía tiene que estar en la vanguardia de las ideas, del progreso, del uso de la tecnología y del conocimiento. Por todo ello, la RTVA tiene que perseguir, de manera especial, en el segmento de población al que va dirigida su programación infantil, el liderazgo de la audiencia. No en vano, las grandes cadenas privadas, dejan en un segundo plano los aspectos relacionados con la tarea educativa y divulgativa para centrarse más en el entretenimiento, como una manera fácil de acumular ratios importantes de audiencia.

Toda esta filosofía es la que inspira la puesta en antena de «La Banda» el nombre de la programación infantil de Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía.

¿Qué horarios de programación y canales dan soporte a «La Banda»?

A día de hoy, y estamos en unas fechas en las que, a partir de septiembre habrá una reestructuración de las parrillas cara a la programación de otoño, la emisión de los programas de «La Banda» tiene dos momentos muy diferenciados y que están íntimamente unidos al calendario educativo de los niños y niñas de Andalucía.

En el periodo lectivo, «La Banda» emite por la mañana y por la tarde sus contenidos en Canal 2 Andalucía con los siguientes horarios:

- Mañanas: de 07:30 a 09:00 horas.
- Tardes: de 13:15 a 19:00 horas.

En los fines de semana, la emisión de la mañana se realiza en Canal Sur TV de 08:00 a 11:30 horas. Por la tarde se emite, de nuevo, en Canal 2 Andalucía con una emisión que comienza a las 15:00 horas y finaliza a las 18:00 horas.

¿Cómo es su estructura y presentación?

Todos los programas de «La Banda» comienzan con un espacio de presentación en la que dos presentadores dan la bienvenida a la audiencia y comentan algún aspecto relacionado con los contenidos del programa. Esta presentación, y en atención a los pequeños con deficiencias auditivas, se realiza tanto en lenguaje oral como con lenguaje de signos, de forma que un presentador hace la presentación oral y otro, a su lado, realiza la presentación utilizando el lenguaje de signos españoles.

A partir de aquí se alternan espacios de producción propia con series de animación.

- Clubes: contamos con dos espacios dedicados al club de 2'30" aproximadamente. En los clubs 1, se responden a dudas de los socios sobre cuestiones relacionadas con el club y su página web, y se muestran fotos de nuevos socios. En los clubs 2, se muestran los dibujos, obsequios, poesías, chistes y adivinanzas que nos hacen llegar los socios. En todos los casos hacemos mención al socio que nos lo envía y su lugar de residencia. Lo graban los 4 presentadores en parejas de dos. Se graba en plató, en un set especial del club. Esto supone dos bloques diarios de emisión de lunes a viernes.

- Recomendaciones de valores: consejos basados en la educación en valores, educación vial, salud, no sexismo, solidaridad, etc. Se graban en exteriores con 2 presentadores que se van alternando. Tienen una duración aproximada de 2'30" y se emite una diaria de lunes a domingo.

- Recomendaciones ambientales: consejos sobre el cuidado y respeto del medio ambiente, el reciclado, la naturaleza, etc. Los graban los 4 presentadores en parejas de dos, en exteriores y una duración aproximada de 2'30". Se emite una diaria de lunes a domingo.

- Previo juegos: este espacio precede a uno de los concursos y crea expectativa, también adelanta la serie que vendrá a continuación. Se graban en el set de grabación de los concursos.

- Pasos a acerca-t.: momento en el que promocionan y dan paso al informativo infantil. Se emite justo antes de la emisión de acerca-t, de lunes a viernes. Intentan despertar, en los niños y niñas andaluces, la curiosidad y el interés por la información y las noticias.

- Juegos-concursos: concursos de 4-5' aproximadamente. Uno de ellos siempre cuenta con la lengua inglesa como protagonista. El segundo juego tratará temas de educación en valores tratados de forma lúdica: «Aprender mientras nos divertimos». También, en algunas ocasiones, se desarrolla un concurso con varias pruebas y varios objetivos, múltiples concursantes y una duración aproximada de 10-12'. En este concurso siempre, alguno de los juegos, trata la lengua inglesa como prueba.

- Espacios presentadores: cada presentador protagoniza unos determinados espacios. Son de 5' aproximadamente. Se tratarán con detenimiento más adelante. Todos son de emisión semanal.

- Cuentacuentos: Se graban en exteriores y contamos con cuentacuentos colaboradores especializados. Las temáticas son educativas y pedagógicas orientadas al público de «La Banda» de menor edad. Además, se incluye una ventana en la que un traductor para sordos, perteneciente a la federación de sordos de Andalucía, hace una traducción simultánea en lenguaje de signos.

- Mascotas: espacio en el que los socios del Club nos presentan sus mascotas. Posteriormente lo desarrollaremos. Lo presentaba un presentador que se alterna. Junto a él, un niño nos presenta su mascota y habla de ella con los presentadores. Lo grabamos en plató, en el set creado para ello, con decorado específico. Su título es «La Selva de La Banda». Queremos, con este espacio mostrar la responsabilidad que supone tener una mascota y motivar a los niños y niñas a hacerse cargo y responsable de animales, a respetarlos y cuidarlos.

- Recomendaciones de libros: espacio de emisión diaria y que grabamos en exteriores, actualmente con la colaboración de la librería «Rayuela», lo que nos permite contar con todos los libros que recomendamos y mostrarlos. Intervienen dos presentadores y siempre en la presentación leen algún fragmento del libro.

Por último, la despedida vuelve a contar con dos presentadores, uno de los cuales la realiza utilizando la lengua de signos.

«Espacios Presentadores»:

- «CyberTutti»: espacio dedicado a Internet. Cada espacio mostrará una web interesante para los niños. Se graba en plató. «CyberTutti» utiliza en entorno Guadalinux, que explica, difunde y presenta webs específicas para los más pequeños.

- «Artebanda»: se crean y elaboran sencillos artículos de decoración realizados con materiales de reciclado. Se graba en plató y cuenta con un colaborador, experto, que diseña los contenidos y prepara la realización.

- «Trotabanda»: este espacio es el que pretende acercarse a la actualidad. El presentador, a modo de reportero nos presenta actividades interesantes para los niños y niñas en los lugares en los que se están produciendo. Este espacio nos permite grabar durante la semana y emitir el sábado. (Feria del libro, Festival del cine de Huelva, etc.).

- «Chef Filipuá»: espacio de comida fácil para niños. Todos los espacios se inician con recomendaciones de hábitos de salud y sobre alimentación saludable. Está conducido por Felipe y prepara sencillos y divertidos platos, muy al gusto de los niños. No se utiliza nunca fuego. Cuenta con la presencia de un asesor para la selección de pla-

tos y ayuda a la preparación. En este caso es un profesor de secundaria de un IES de Hostelería.

- «Profesor Fabien»: Fabio realiza divertidos experimentos científicos que demuestran las leyes físicas, químicas y de la naturaleza. También contamos con un experto, un docente de Física y Química, que además construye los elementos de los experimentos.

- «Nuestra Andalucía»: espacio en el que Mara descubre los lugares y aspectos más importantes de nuestros pueblos y ciudades. Tiene una duración en torno a 4'.

- «SuperPlaneta»: se trata de un torpe superhéroe defensor del medio ambiente. Llega a los lugares en los que se han producido o se están produciendo tropelías con el medio ambiente y el entorno. Da consejos sobre el buen uso de la naturaleza, la utilización de los recursos, el reciclado y el respeto por nuestro entorno.

En pasadas ediciones hemos contado con colaboradores que han protagonizado diferentes espacios:

- «El coleccionista de palabras»: espacio protagonizado por Pepeperez. Se trata de una especie de cuentacuentos que habla sobre los tipos de palabras y las va archivando en un gran libro que posee. Cuenta con un gran lápiz que hace de compañero. Con todas las palabras de las que ha hablado crea un cuento.

- «Nuestro pequeño mundo?»: espacio dedicado a la solidaridad y a la integración de los niños y niñas, atención a otras culturas y la igualdad entre pueblos y etnias. Fue presentado por Venerís Duany. No solo de los juegos, la educación y las vivencias de los niños de otras partes del mundo, sino de esos niños que, junto a sus padres, han llegado a Andalucía y han pasado a formar parte de nuestra Comunidad o de los niños de otras Comunidades de España.

- «Bricobanda»: espacio dedicado a las manualidades. Estaba presentado por Fran Páez, un colaborador especialista en Bellas artes. Se utilizaban materiales de reciclaje para elaborar todo tipo de juguetes o elementos de decoración.

- «El mundo de Flain quete Flain»: es un espacio dedicado a la magia. Estaba presentado por el mago Flain quete Flain, colaborador del programa desde sus inicios. Tenía un decorado instalado en plató, que simula un pequeño circo. Se realizaban trucos de magia y se grababa con niños de público.

- «La banda terrorífica»: espacio interpretado por Kiko Butrón, cuentacuentos colaborador del programa. Se trata de un personaje que cuenta historias de miedo pero que tienen un final feliz y moralizante.

¿Es posible hacer un programa entretenido y divertido que, a la vez, forme e informe? No es fácil, pero se puede. Creemos que lo más complicado está en mantenerse en el tiempo, «La Banda» ya ha cumplido seis años. Para ello es necesario estar constantemente buscando espacios novedosos y diferentes, que la audiencia no se aburra. Es decir, hay que trabajar las ideas y trasladar estas ideas a lenguaje audiovisual de forma que los contenidos sean atractivos para los más pequeños. Los niños, cuando lo que están viendo en la televisión no les interesa, cambian de canal.

Hay que buscar un lenguaje más directo y visual. Contar con buenos comunicadores es esencial, y en ese sentido los presentadores del programa cumplen perfectamente esta función. Tienen credibilidad para los niños. Es fácil explicar en qué contenedor hay que echar la basura, pero si somos capaces de que un equipo compita contra otro recogiendo esta basura y depositándola correctamente en el contenedor del color correspondiente en el menor tiempo posible, estamos dando el mismo mensaje pero llegando de una forma más directa a la audiencia. Si niños y niñas compiten a sacar la ropa de una lavadora y a tenderla correctamente, es más fácil hablarles de coeducación y de reparto de tareas. Si queremos hablar de responsabilidad a la hora de tener una mascota, la mejor manera es que sean los propios niños y niñas quienes nos traigan sus propias mascotas y nos lo cuenten. El presentador aprovechará para ofrecer todo tipo de consejos.



Pero hay que estar constantemente creando nuevas secciones con nuevas formas de presentarlas, de abordarlas, en diferentes escenarios con públicos diversos, con mayor número de personas dedicadas a la creación. ¿Esto que significa?: presupuesto. Debemos contar con el presupuesto necesario para desarrollar estas ideas.

De todas maneras, desde la dirección general de la RTVA, se tiene muy claro que ésta es la línea a seguir, como decíamos al principio de la entrevista. «La Banda» siempre estará basada en la perfecta complementariedad entre la clara vocación de servicio público, el entretenimiento y la divulgación de los valores propios de la sociedad democrática en que vivimos. Y así se nos pide que se haga. Nunca vamos a condicionar nuestros contenidos con el fin de buscar más audiencia cueste lo que cueste, incluso renunciando a posibles ingresos que un programa como «La Banda» es capaz de generar. Hemos de resaltar que en la concepción actual de «La Banda» no existe ningún tipo de publicidad integrada, nuestros presentadores nunca prescriben ningún producto y esos que habría cola de grandísimas empresas por estar presentes en un programa como el nuestro con la gran audiencia que tiene.

Seguiremos trabajando, cada día, en la creación de nuevas ideas. Unas ideas que nunca den la espalda al entretenimiento ni al espectáculo televisivo y, sobre estas bases, poder articular todo el entramado didáctico y pedagógico que conforma el 100% de los contenidos de «La Banda»: «educar para la vida, divirtiéndonos».

¿En la concepción del programa, como se atiende a los referentes que dispone la legislación educativa? Como recoge la legislación, la educación está configurada por los aspectos conceptuales, habilidades o procedimientos y por pautas de conducta, normas sociales y valores morales. Por ello, entendemos que la escuela debe intervenir explícitamente, sin delegar, aunque sí compartiendo en la producción de valores y actitudes sociales ético-cívicos. Y aquí es donde la televisión destinada a los más pequeños tiene una función importantísima, porque la televisión es un medio de información, pero también puede ser uno de los principales medios de desinformación. «La Banda», como programa infantil de una televisión pública, tiene el objetivo y el fin primordial de reflejar los valores más democráticos de la sociedad, esos mismos valores que intenta promover el sistema educativo. Eso se puede ver en todos y cada uno de los diferentes espacios que conforman «La Banda» y que hemos visto anteriormente.

Estos contenidos incluyen los valores y las actitudes como parte esencial de los mismos, y la totalidad de los guiones proponen una especial atención a los temas transversales del currículum.

Contenidos que tienen como fuentes la propia transversalidad en la educación en campos específicos como la coeducación, la educación vial, la educación ambiental, educación para la salud, educación del consumidor y del usuario, la educación para la paz y para la convivencia y los derechos humanos.

¿Estima que el programa colabora en la construcción de personalidades «adaptadas» socialmente? Como hemos visto, los contenidos tratan de apreciar los valores básicos que rigen la vida y la convivencia humana y tratan de obrar de acuerdo con ellos. Entre las finalidades del programa está la integración de niños y niñas en la cultura del grupo social y también la formación ético-cívica en aquellos valores que sería deseable defender y/o aspirar en nuestro mundo actual y futuro.

Nuestros presentadores siempre se comportan con espíritu de cooperación, responsabilidad moral, solidaridad y tolerancia, respetando el principio de la no discriminación entre las personas. Pero también, desde «La Banda», se da a conocer, valorar y respetar los bienes artísticos y culturales. Conocer las creencias, actitudes y valores básicos de nuestra tradición y patrimonio cultural, muy especialmente en el sentido de ser andaluz y de conocer y valorar la cultura andaluza en todas sus manifestaciones.

¿En que medida son rasgos de interés para «La Banda» potenciar las habilidades sociales, la creatividad, la iniciativa, el trabajo autónomo y/o colaborativo... entre los niños y las niñas? Indudablemente, todos estos rasgos son muy importantes para nosotros y también forman parte de nuestros contenidos y de nuestros objetivos. Por «La Banda» pasan al año casi 10.000 niños. Niños y niñas que participan en concursos y que tienen que superar pruebas. Muchos de estos concursos están diseñados en forma de gymkhana, con equipos que necesitan realizar trabajos en común y que se necesita la implicación de todos los miembros. Además, en lo relativo a la creatividad, al margen de las secciones en las que se realizan manualidades o experimentos, desde el club se les pide a los socios dibujos o poesías, los pequeños envían chistes, postales, cartas, etc. Ver cómo se muestran esos dibujos al resto de audiencia les motiva y son muchísimas las cartas que nos llegan. Nuestra propia web continuamente organiza concursos en los que se les pide a los socios su implicación y se les motiva para la participación, la mayoría de las veces promoviendo la creatividad.

¿Qué papel juega el club de «La Banda» en la potenciación del sentimiento de pertenencia y la capacidad asociativa de los niños y niñas? El club es el vehículo de comunicación directa entre el programa y los espectadores. Es el órgano del programa a través del cual se gestiona la presencia de los niños y niñas en el programa, la página

web del mismo y cuantas actuaciones organiza «La Banda» ajenas al programa propiamente dicho. Una de sus principales funciones sin duda, es la gestión y mantenimiento de la base de datos de los socios, socios que en Junio de este año llegaron al número 500.000. La edad de los socios está comprendida entre los 0 y los 15 años.

El club es el receptor de la correspondencia de los socios, tanto del correo ordinario como del electrónico. Gestiona los concursos de la página web. Además de ofrecer a la audiencia infantil la posibilidad de poder pertenecer a un club con unas determinadas ventajas, abre sus horizontes a la participación activa de los socios, tanto en el propio programa como en cuantos actos se organice por parte de los canales de la RTVA.

Para los pequeños es muy importante el sentimiento de pertenencia a «El Club» y es sugerente para nosotros haber sido capaces de romper las barreras que los territorios, las provincias o los pueblos establecen entre ellos. El club de «La Banda» es capaz de aunar a niños de diferentes poblaciones de Andalucía en un objetivo común: la pertenencia a un colectivo. El carné hace iguales a todos los niños que lo poseen y permite, aunque pueda parecer extraño, avanzar en la lucha contra la discriminación y la desigualdad, sean éstas por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, edad, territorialidad; independientemente de su origen familiar o social, o de las posibilidades económicas familiares.

¿Cuál es la dimensión del club y como se gestiona? Como hemos comentado, el club pasa ya de los 500.000 socios. Existe en el seno del programa un equipo dedicado a la gestión del mismo. Cuenta con una coordinadora y un personal administrativo que ha ido en aumento cada año. Desde esta oficina del club se gestiona la base de datos, una base que tiene un tratamiento muy especial, dadas las sensibles características de sus miembros.

Cada socio recibe en su casa una carta de bienvenida y un carné en el que, junto a su nombre y su número aparece, su fotografía. Para muchos de estos niños y niñas este carné supone casi su primer documento de identidad, un documento que le hace partícipe de este gran colectivo.

Entre las ventajas está la de participar en todos los actos y concursos que se organizan solo para socios. También con su carné, los socios tienen descuentos y entradas gratis a instalaciones y centros de ocio y la posibilidad de enviar al programa sus dibujos, poesías, cartas, etc. para que el resto de la audiencia los conozca.

Para ingresar solo hay que rellenar un formulario que se encuentra en la página web de «La Banda» www.labanda.es, o a través del correo ordinario enviando una carta con todos los datos personales al apdo. de correos 79 de San Juan de Aznalfarache, 41920 de Sevilla. Para pertenecer al club es necesaria la autorización de los padres.

Debe ser complicado llevar a la práctica de la televisión un programa como el que nos ha descrito, ¿cuáles son las dificultades y los retos que impone el programa en su producción y realización? No es muy diferente, en cuanto a la producción entre este programa y otro cualquiera de emisión diaria y que cuente con público. Trabajar con niños nos obliga a grabar los programas en horario lectivo, ya que los pequeños vienen con sus clases y, eso sí, con sus profesores. Traer todos estos niños pagando los desplazamientos y comidas supone un alto coste porque hacemos un reparto proporcional del territorio. Aquí vienen niños de todas las provincias, esto también forma parte de nuestro servicio público. El cambio constante de espacios y concursos, para que la audiencia no se aburra, también obliga a disponer de un alto coste en este sentido. También la no centralización de las grabaciones en exteriores nos obliga a realizar grabaciones por toda la geografía andaluza con el consabido gasto que ello supone. Como vemos, los problemas de producción pasan principalmente, por «pelear» por un presupuesto adecuado a los contenidos que queremos llevar a cabo.

En cuanto a realización, hemos comprobado que un programa destinado a los más pequeños, niños y niñas con una alta capacidad audiovisual basada en el vídeoclip o el juego de vídeo consola, ha de ser extremadamente dinámico, con un alto ritmo y con espacios no muy largos. No nos gusta incluir espacios que pasen de cuatro minutos y la postproducción la hacemos dinámica, con incorporación de efectos tanto de sonido como de vídeo. Todo lo que sea enriquecer la realización con elementos audiovisuales es atractivo para los niños.

¿Cuál es la audiencia de «La Banda» y en qué medida este factor puede condicionar los contenidos y enfoque del programa? Afortunadamente, «La Banda» es líder de audiencia entre los más pequeños en Andalucía. Este pasado viernes, si observamos los datos de Sofres, el programa obtuvo en Canal Sur TV, y en niños entre 4 y 12 años, un share del 27'4% de media entre las 8:00 y las 11:20 horas. En Canal 2 Andalucía, por la tarde, entre las 14:00 y las 18:30 horas obtuvo, entre la misma franja de edad, un share del 21'2%.

Son datos muy buenos que indican que no lo estamos haciendo tan mal. Más aún cuando la competencia se muestra cada vez mayor con la irrupción de nuevas cadenas privadas como Cuatro o la Sexta, o el incremento inexorable de las cadenas temáticas.

No obstante, un descenso en las cuotas de pantalla nunca haría traicionar nuestra concepción del programa, que como hemos comentado con anterioridad, sigue la filosofía de la dirección de la cadena. Un posible descenso nos obligaría a buscar nuevas experiencias y contenidos más atractivos y a investigar las tendencias de los más pequeños, contando con ellos, que son los más importantes, algo que ya hicimos el pasado año encargando un estudio cualitativo del programa a una empresa especializada. Este estudio puso de relieve que debíamos seguir por este camino. Eso sí, sin dormirnos en los laureles. Por ello, nuestros guionistas no cesan en proponer espacios nuevos que sustituyan a aquellos que comienzan a dar muestras de agotamiento.

Para terminar, no podemos dejar de interesarnos por las demandas y carencias que se han podido detectar en el marco educativo y las posibilidades de trabajo conjunto con el colectivo de docentes y/o educadores andaluces.

Tenemos en cuenta las propuestas y sugerencias que nos hacen los profesores que visitan el programa junto a sus alumnos. Para nosotros su visión es importante dada su experiencia en el trabajo con niños. De hecho, trabajamos con una empresa de animación sociocultural cuyos integrantes son docentes en ejercicio. También, nuestros especialistas en las secciones que así lo requieren son también docentes. No le quepa ninguna duda que, desde la dirección del programa estamos abiertos a cuantas propuestas se nos hagan desde las aulas, sabiendo eso sí, que somos una empresa de televisión, algo de lo que pensamos, los profesores y profesoras son conscientes.

Referencias

- ANCESCHI, G. y otros (1990): Videoculturas fin de siglo. Cátedra, Madrid.
- GARCÍA MATILLA, A. (2003): Una televisión para la educación. La utopía posible. Barcelona, Gedisa.
- HABERMAS, J. (1986): Teoría de la acción comunicativa. Madrid, Taurus.
- HUERGO, J. A. (1997): Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas. La Plata, Periodismo y Comunicación.
- LOMAS, C. (1997): «Comunicación de masas, lenguaje y educación», en SERRANO, J. y Martínez, J.E. (Coords.): Didáctica de la Lengua y la Literatura. Barcelona, Oikos-Tau.
- RICHERI, G. (1989): «Crisis de la sociedad y crisis de la televisión», en Contratexto, 4, Lima.